

Praxislehrgang *Service Excellence Professional*

Die strategische Positionierung von Kundenmanagement im Unternehmen

Ein ganzheitliches Kundenmanagement wird immer strategischer und prägt viele Aktivitäten eines Unternehmens. Die Kundeninteraktionen werden komplexer, die Bedürfnisse der internen Stakeholder vielfältiger, und mit der Digitalisierung ergeben sich zahlreiche neue Chancen und Herausforderungen für das Managementsystem im Unternehmen.

In unserem **6tägigen Praxislehrgang** führen wir Sie von initialen strategischen Überlegungen, Erfolgsfaktoren, Analysen bis hin zu Kundenbegeisterung durch professionelles Beschwerdemanagement ein. Nach dem Lehrgang werden Sie in der Lage sein,

- die wichtigsten Erfolgsfaktoren des Kundenmanagements für das Unternehmen zu identifizieren;
- daraus auf Ihr Unternehmen bezogene Handlungsempfehlungen einfach abzuleiten;
- und einen entsprechenden Projektantrag zu generieren und Kundenorientierung mit richtigen Massnahmen zu etablieren.

Ihr Nutzen

- Erwerb einer umfassenden Sicht auf das Kundenmanagement und dessen Einbettung im Unternehmen
- Verstehen der Abhängigkeiten zwischen Prozessen, Organisationseinheiten, Regularien und Technologieeinsatz
- Anleitung für eine erfolgreiche Umsetzung von Projekten und Kundenorientierung, auch nach der Leistungserbringung
- Input für eine stufengerechte Kommunikation im Management
- Nutzen der Service Excellence Community für Ihr Networking und laufenden Erfahrungsaustausch nach dem Lehrgang
- Optional: Das Zertifikat „Service Excellence Professional“
- Give Aways: 2 Erfolgsbücher von unseren Dozenten Nils Hafner und Zehra Sirin
 - *Die 5Sterne Strategie – Exzellentes Beschwerdemanagement in Zeiten von Onlinebewertungen*
 - *Die Kunst der Kundenbeziehung – Die besten Ratschläge für ein langfristig nachhaltiges CRM*
 - *... sowie einen aktuellen Service Excellence Report mit 100+ Benchmarkingzahlen zu allen relevanten Bereichen im Kundenmanagement*

Aufbau und Inhalt

Unterricht Service Excellence					
Strategie	Einflussfaktoren	Target Operating Model	Mitarbeiterförderung	Digital Excellence	Qualität
<ul style="list-style-type: none"> • Customer Journey • Leistungskatalog • Interne Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> • Normen • Rechtliches • Studien • Tools 	<ul style="list-style-type: none"> • Reporting • Personalplanung • Kontaktsteuerung • Last-Mgmt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coaching • Training • Knowledge Mgmt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Technologien • Evaluationen • Projekt-Mgmt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenfeedback • Beschwerden • NPS-CES
Service Excellence Benchmarking				Arbeit	Prüfung
Analyse, Benchmarking vom Unternehmensspezifischen Daten sowie Identifizieren von Handlungsfeldern unter Begleitung von Spezialisten				Erarbeiten von einem konkreten Case	Zertifikat Service Excellence Professional

- Der Lehrgang beinhaltet 6 Module und deckt die wichtigsten Aspekte des Kundenmanagements ab.
- **Strategie** mit Themen wie die Einbettung des Service Centers im Unternehmen, Customer Journeys und den Einfluss von Dialog Marketing
- **Einflussfaktoren** mit Themen, wie relevante Gesetze, Normen, praxisorientierte Tools, Studien sowie Benchmarking-Zahlen
- **Target Operating Model** mit Themen wie operative Umsetzung der Kundenmanagement-Strategie inklusive Planung, Steuerung und Reporting
- **Mitarbeiterförderung** mit Themen wie die Mitarbeitende gezielt beworben, weiterentwickelt und mit Wissensmanagement unterstützt werden
- **Digital Excellence** mit Themen wie die neuesten Technologien, Ihre Anwendung und was Sie bei Evaluationen und die Implementierung beachten müssen
- **Qualität** mit Themen wie Kundenorientierung und das ungenutzte Potential von Kundenbeschwerden inkl. etablierte Leistungskennzahlen
- Der Kompetenznachweis erfolgt mittels einer Praxisaufgabe aus Ihrem Unternehmen sowie
- einer Abschlussprüfung zu Ihrem Praxis-Case sowie dem vermittelten Lehrstoff.

Organisatorisches und Abschluss

Termine	Frühling und Herbst
Aufwand	6 Tage + 1 Tag Prüfung
Unterrichtstage	Freitags
Kurskosten	CHF 4'800.00
Kosten Prüfung	CHF 800.00
Durchführungsort	Zürich

Zielgruppe

Service Center Leitung
Marketing Leitung
Leitung Supportabteilungen
Service Excellence Spezialisten
Qualitätsmanager/Managementsystem-Verantwortliche
Business Development Manager
Eigner vom Kundenprozess

Abschluss: Nach erfolgreichem Abschluss der Prüfung, erhalten Sie das **Zertifikat Service Excellence Professional**

Anmeldung <https://service-excellence-cockpit.ch/anmelden-praxislehrgang/>

Kontakt

Crystal Benchmark AG, Gessnerallee 38a, CH-8001 Zürich, info@service-excellence-cockpit.ch
Size Consens AG, Rütliweg 1, 8955 Oetwil an der Limmat, info@size-consens.ch

Unsere Praxisprofis als Dozenten



Prof. Dr. Nils Hafner, Hochschule Luzern

Professor für Kundenbeziehungsmanagement an der Hochschule Luzern, Autor, Key-Note Speaker und Berater für europäische Unternehmen beim Aufbau von Unternehmenskompetenzen im Kundenmanagement



Zehra Sirin, Size Consens

Unternehmensberaterin und Dozentin zum Thema Strategie-/Prozessmanagement, Business Agilität und Buchautorin zum Thema Exzellentes Beschwerdemanagement



Peter Peterlechner, Customer Connection

Unternehmensberater und Trainer für den Aufbau und Betrieb von Callcentern und Vertriebseinheiten sowie Dozent für den DAS-Lehrgang für Callcenter-Manager und CAS-Lehrgang für Key Account Management



Daniel Stiefel, Crystal Partners

Gründer vom Service Excellence Cockpit, Unternehmensberater zum Thema Kundenmanagement mit langjähriger Führungserfahrung auf Geschäftsleitungsebene



Rémon Elsten, Crystal Partners

Gründer vom Service Excellence Cockpit, Unternehmensberater zum Thema Kundenmanagement und ehemals (2006-2018) Vize-Präsident von CallNet.ch, dem schweizerischen Contact Center Verband

Inhalte / Lernziele

		Die Teilnehmenden, ...
Tag 1	Strategie	<ul style="list-style-type: none"> • verstehen den Beitrag des Kundenservice zu einer exzellenten Customer Experience. • können sowohl die Customer Journey als auch den Katalog aller relevanten Touchpoints selbständig erfassen. • können den Leistungskatalog des Service Centers auf die Erfordernisse im Unternehmen adaptieren. • kennen Instrumente zur internen und externen Vermarktung des Wertbeitrags vom Kundenmanagement und wenden diese an.
Tag 2	Einflussfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • kennen die relevanten technischen und sozialen Normen für die Arbeit im Service Center. • können die rechtlichen Rahmenbedingungen auf die Gestaltung von Prozessen im Service Center anwenden. • kennen die wichtigsten Tools im Kontext Mensch, Prozesse und Technologie.
Tag 3	Target Operating Model	<ul style="list-style-type: none"> • können ein einfaches Service Center Reporting lesen, interpretieren und selbständig optimieren. • kennen die Grundlagen der Personalplanung und können diese anwenden (Erlang-Rechner). • verstehen die wesentlichen Prinzipien der Kontaktsteuerung und wenden diese beispielhaft an. • haben sich die wesentlichen Elemente des Last-Managements erarbeitet.
Tag 4	Mitarbeiterförderung	<ul style="list-style-type: none"> • verstehen Ihre Rolle als Führungskraft oder Spezialist und können deren Facetten selbständig ausgestalten. • können die Grundzüge des Coachings anwenden. • sind in der Lage, attraktive Trainings für Mitarbeiter selbständig zu planen und den Lernerfolg sicher zu stellen. • verstehen den Beitrag der Etablierung eines abteilungsweiten Knowledge Managements zur effizienten Kommunikation.
Tag 5	Digital Excellence	<ul style="list-style-type: none"> • kennen die wesentlichen Technologien und Kommunikationskanäle, die im Digitalen Service Center das Telefon ergänzen. • können die Techniken und Methoden zur Evaluation von technischen Hilfsmitteln anwenden. • haben Einblick in die Grundlagen moderner Projekt-Managements.
Tag 6	Qualität	<ul style="list-style-type: none"> • verstehen den Wertbeitrag eines professionellen Kundenfeedback-Managements. • können die dafür notwendigen Prozessschritte und Steuerungselemente erläutern • können kompetent auf Beschwerden reagieren und das dadurch entstandene Wissen in die Organisation zurückspielen. • kennen die wesentlichen Leistungskennzahlen zur Steuerung guter Customer Experience
Tag 7	Prüfung (optional)	<ul style="list-style-type: none"> • erstellen eine Arbeit in Form eines Projektantrages • absolvieren eine Theorieprüfung • präsentieren und verteidigen Ihre Arbeit • feiern gemeinsam den Abschluss des Praxislehrgang.